- Er komt een onderzoek hoe **excessieve consumptie voorkomen** kan worden onder specifieke doelgroepen, die door andere maatregelen slecht bereikt worden. Het onderzoek vormt bij voldoende perspectief de basis voor een meerjarig initiatief om deze doelgroepen effectiever te bereiken.
- Ook-het aanbod van producten in de **catering** kan gezonder worden. Veneca zal er daarom naar streven dat uiterlijk in 2022 op al haar locaties op een makkelijke en aantrekkelijke wijze volgens de Schijf van Vijf gegeten kan worden. Dit uit zich in de uitvoering van een aantal strategieën die bijdragen aan het makkelijker maken van de gezonde keuze, zoals nudging, prijsbeleid of het kosteloos beschikbaar stellen van water.[3]
- Daarnaast zal gestimuleerd gaan worden dat in de omgeving van mensen **drinkwater** makkelijker beschikbaar komt, via onder meer watertappunten op publieke plekken en in scholen. KHN moedigt haar leden aan om het drinken van water en suikervrije dranken te stimuleren ten opzichte van reguliere frisdranken. ~~Ook de horeca wordt gestimuleerd om hier voor gasten zo laagdrempelig mogelijk in te voorzien.~~

Consumenten willen zelf ook bewust gezonde keuzes kunnen maken.

- Om hierin te faciliteren willen we uiterlijk in 2020 een nieuw breed gedragen **voedselkeuzelogo** introduceren, op basis van een gedegen consumentenonderzoek.
- Zoals door de sector eerder is toegezegd, wordt het gebruik van *licensed media characters* gericht op kinderen onder de 13 jaar op productverpakkingen en point-of-sale materiaal ingeperkt op basis van voedingskundige criteria. Dit wordt in 2019 opgenomen in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen.
- Supermarkten zullen daarnaast ~~geen~~ het gebruik~~maken~~ van *branded characters* op ~~product~~verpakkingen van kinderproducten inperken op basis van de criteria van de WHO.~~voor huismerkproducten gericht op kinderen, met uitzondering van Schijf van Vijf-producten.~~
- De Rijksoverheid evalueert in 2019 met betrokken partijen het Convenant Sponsoring op Scholen. Hierin staan de afspraken uit de Reclamecode voor Voedingsmiddelen en de ambities om een gezonde leefstijl in het onderwijs te faciliteren centraal. Op basis van de evaluatie worden zo nodig en in goed onderling overleg de convenantsafspraken aangescherpt.

Minder calorieën

Verbetering van productaanbod blijft een prioriteit en met dit Akkoord gaan we voor een versnelling zorgen. In de supermarkten en bij andere verkooppunten met voedselaanbod zal de huidige lijn voor productverbetering versneld en verbreed worden doorgezet. Er wordt toegewerkt naar een aanbod van producten met minder kilocalorieën.

Met opmerkingen [[redacted]6]: Blijf dit niet helemaal correct omschreven vinden...huidige lijn versneld en verbreed...maar die lijn liep wel behoorlijk achter op de afspraken in akkoord VP... [redacted] wat vind jij?

- In het Akkoord Verbetering Productsamenstelling zullen voor productgroepen die een relatief grote bijdrage leveren aan de energie-inname – te weten de **suikerhoudende frisdranken, koek** en **snoep** en **suikerhoudende zuivelproducten** - tot 2020 aanvullende afspraken worden gemaakt om de calorie-inhoud van deze producten te verlagen. Zo wordt/worden er

Met opmaak: Lettertype: Vet

[3] Strategieën volgen uit het onderzoek van Gezonde Bedrijfsrestaurant

(1) branchebreed 5% extra toegevoegd? suiker uit suikerhoudende zuivelproducten gehaald, bovenop de bestaande Akkoord Verbetering Productsamenstelling-afspraken,
(2) afspraken over portiegrootte gemaakt voor merkproducten in het koek-, snoep- en chocoladeschap. Het streven is om 70% van de A-merkproducten te omvatten,
(3) de huidige afspraak van 15% minder verkochte calorieën voor A-merk frisdranken, verscherpt naar 25% minder verkochte calorieën in 2020.

- De rijksoverheid is voornemens deze beweging vanuit de sector te stimuleren door op budgetneutrale wijze dranken die (nagenoeg) geen energie bevatten zoals waters en suikervrije dranken uit te zonderen van de verbruiksbelasting op alcoholvrije dranken.
- Het Akkoord Verbetering Productsamenstelling loopt af in 2020, maar de inzet op verbetering van het productaanbod stopt niet. Bedrijven zullen ook na 2020 blijven werken aan een verbeterd productaanbod ~~Zo zullen vele geherformuleerde producten nog na 2020 in de schappen komen~~ en ~~zal~~ voor 2020 zal de rijksoverheid, in samenspraak met betrokkenen, een nieuw nationaal systeem voor productverbetering publiceren, dat moet leiden tot een gezonder voedselaanbod in alle kanalen.
- KHN stimuleert het gebruik van kleinere porties bij haar leden om mensen gezonder te laten eten.

Gezonde kantines, restaurants en eetomgeving
Ook in de sport- en schoolkantines, bedrijfsrestaurants, ziekenhuizen, op belangrijke vervoersplekken en attractieparken is de ambitie om makkelijker te kunnen kiezen voor gezonde voeding. Dit sluit aan bij de verandering in het eetgedrag van mensen: ~~inmiddels wordt 40% van het~~mensen willen gezonder eten en een belangrijk deel van het voedsel wordt buiten de deur genuttigd.

- In 2020 zullen er **2500 sportverenigingen** aan de slag zijn met een gezonder aanbod in **sportkantines**. Veertig procent daarvan zal minimaal op niveau Brons zijn ~~zijn met een Bronzen Kantine~~ volgens de criteria van het Voedingscentrum. Daar waar mogelijk worden de thema's roken en alcoholgebruik meegenomen bij de sportverenigingen. De inzet op een gezonder voedingsaanbod wordt ook verbreed naar het voedingsaanbod in zwembaden en fitnesscentra.
- In 2020 zijn er **800 gezonde schoolkantines**. Daarmee is 50% van alle schoolkantines gezond. Aanvullend is er voor kinderen in het onderwijs en de kinderopvang extra aandacht voor gezonde voeding via de Gezonde School-aanpak. Dit moet bijdragen aan een gezonder eetpatroon (en meer sporten en bewegen) bij kinderen in het onderwijs.
- ~~Van een succesvolle aanpak van scholen kan immers alleen sprake zijn wanneer ook de omgeving van de school bijdraagt aan het scheppen van de juiste condities. De onderwijspartijen vragen specifiek aandacht voor horeca en retail in de fysieke nabijheid van scholen. Aanbod van ongezonde voeding, rookwaren en alcohol in de buurt van de school ondermijnt de effectiviteit van elke aanpak in de school zelf. Onderwijspartijen, gemeenten en bedrijven zouden samen de noodzaak moeten onderkennen om hierover concrete, niet-vrijblijvende afspraken op lokaal niveau te maken. De vorm van deze afspraken kan per situatie verschillen.~~
- In 2025 zijn de bedrijfsrestaurants bij de rijksoverheid gezond(er). Bij de aanbesteding worden de criteria van het Voedingscentrum als uitgangspunt genomen, waardoor de

Met opmerkingen [[redacted] 7]: Geen huismerk? Zonder CBL? Die hebben toch ook een flink aandeel in de supermarkt....(on the go minder...behalve bij AH to go ;))

Met opmerkingen [[redacted] 8]: Alle A-merken koek/snoep/chocola? Of de 1 stuksverpakkingen?

Met opmerkingen [redacted] 9]: Aanpassing VWS, mede omdat producten niet alleen in schappen komen.

Met opmerkingen [redacted] 10]: Dubbelcheck [redacted] / [redacted] ...vorige versie door ons zo aangeleverd..

Met opmerkingen [[redacted] 11]: Tenzij er een gezaghebbende bron is?

Met opmaak: Lettertype: Niet Vet

Met opmaak: Lettertype: Niet Vet

Met opmerkingen [redacted] 12]: Deze wordt nog besproken tussen onderwijs en KHN